

# REMA 1000

Meget mere frugtmarked!

Søndagsåbent i alle  
Rema 1000 8. august kl.10-17★

1 kg  
Frit valg

**10,-**

Grønne druer  
KI, italienske

Nektariner  
KI, italienske

SÅ ER DET TID TIL  
**kaffepause**

3 ps.  
Gevalia Kaffe  
Lad os  
føle os  
sammen  
3 POSER

**95,-**



Gevalia instant trill  
175-200 g. Abn.  
Niveau eller ekstrakt  
20 kg max. 2.137,00

**37,95**



PAR 27,90

**42,-**



Karst kaffe  
400 g. Blad eller sort  
7,90

**11,50**



Katjes poser. Flere varianter.  
120-150 g. pr. pose

**11,50**



Kikkat. Crunch. Nesquik.  
Dande. Bienen oder Werthers.  
42-1000 g. pr. stk. **10,-**

**12,-**

**25,-**

**58,-**

**29,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

**22,-**

# Gordios Promotion Monitor

Hvor hårdt er kampagnetrykket i din kategori?  
Hvilken andel har kæden af kampagnetrykket?

GORDIOS  
insight

# Gordios Promotion Monitor Q1 + Q2 2010

## Gfk Shopper Decision Monitor

GfK har udviklet et nyt værktøj – GfK Shopper Decision Monitor.

Dette værktøj giver unik information om tilbudsavisens betydning for omsætningen i 92 dagligvarekategorier – fordelt på 12 kæder!

Kæde for kæde – kategori for kategori afdækkes hvor stor en del af omsætningen der skyldes tilbudsavisen.

Det giver kæden mulighed for at afdække hvilke kategorier som har den største effekt (og hvordan billedet er hos konkurrenterne)

Leverandøren får omvendt mulig for at se i hvilke kæder den største effekt er opnået – og forholde det til investeringen i nye kampagner.

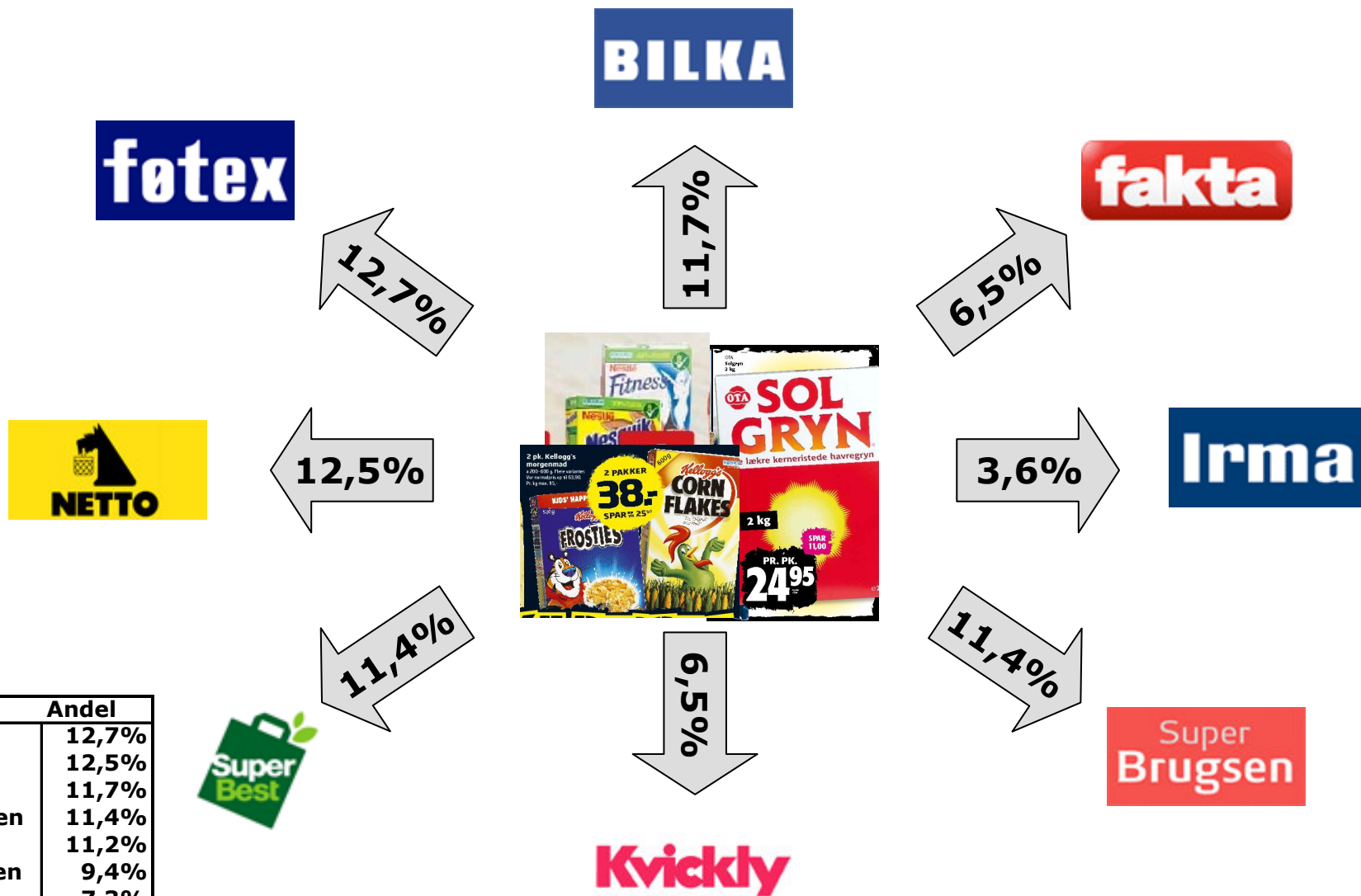
## The missing Link

Det må forventes at en kæde der kører flere kampagner i en kategori end en anden også sælger en større andel på kampagne!

Det må også forventes at en større andel af salget i en kategori hvor der køres flere kampagner end i en anden, sker på kampagne.

Gordios Promotion Monitor afdækker begge dele – nøjagtigt afstemt med GfK's datasæt hvad angår kæder og kategorier

# Gordios Promotion Monitor Q1 + Q2 2010



Kæde	Andel
Føtex	12,7%
Netto	12,5%
Bilka	11,7%
SuperBrugsen	11,4%
SuperBest	11,2%
Dagli'Brugsen	9,4%
Rema 1000	7,3%
Kvickly	6,5%
Fakta	6,5%
Lidl	5,2%
Irma	3,6%
Aldi	2,1%

Kædernes andel af antal gennemførte kampagner i perioden uge 1-26 2010 i kategorien morgenmad.

Kilde: [www.tilbudsdata.dk](http://www.tilbudsdata.dk)

# Gordios Promotion Monitor Q1 + Q2 2010

## Antal gennemførte kampagner:

Kæde	Morgenmad	Kaffe	The	Marmelade	Vask	Bleer
Aldi	8	5	3	2	6	5
Bilka	45	73	13	26	61	37
Dagli'Brugsen	36	32	10	20	22	2
Fakta	25	25	9	11	15	6
Føtex	49	87	12	32	53	31
Irma	14	37	21	17	13	0
Kvickly	25	49	11	18	38	25
Lidl	20	18	5	4	10	3
Netto	48	49	15	30	50	5
Rema 1000	28	32	6	13	28	12
SuperBest	43	59	13	14	39	25
SuperBrugsen	44	62	14	19	40	29
Hovedtotal	385	528	132	206	375	180

Metode:

Antal kampagner er opgjort som antal kombinationer af Kæde/uge/mærke/kategori

I kategorier med lav mærkeandel (mærke = ukendt) – eks. Fersk kød og Frugt/Grønt et antallet opgjort som antal prisbudskaber. Disse kategorier er mærket med \*



GORDIOS  
insight

# Gordios Promotion Monitor Q1 + Q2 2010

## Få rapporten tilsendt!

Rapporten indeholder data for perioden uge 1 - 26 2010

Rapporten dækker 92 kategorier for Danmark i alt og på 12 kæder

Følgende nøgletal er med i rapporten:

- Total antal kampagner i kategorien fordelt på kæder
- Kædens andel af kampagnetrykket i kategorien

Periode og kategorier er allignet med GfK Shopper Decision Monitor

## Investering

Din investeringer kr. 14.500.- ekskl. Moms

(for kunder med alm. abonnement på [www.tilbudsdata.dk](http://www.tilbudsdata.dk) er prisen kr. 12.000.- ekskl. moms for kunder med Master abonnement er prisen kr. 9.500 ekskl. moms.)





**Kontakt:**

**Gordios Insight**

**Gammel Vartov Vej 1**

**2900 Hellerup**

**Product Manager Christian Andersen**

**E: [ca@gordios.dk](mailto:ca@gordios.dk)**

**M: +45 40 19 80 26**



**GORDIOS**  
insight